Deutscher Bundestag
4. Wahlperiode

Drucksache IV/3507

Der Präsident des Bundesrates

Bonn, den 4. Juni 1965

Abschrift

An den
Vorsitzenden des Vermittlungsausschusses
des Deutschen Bundestages und des Bundesrates
Herrn Ministerpräsidenten Dr. h. c. Dr. e. h. Zinn

Ich beehre mich mitzuteilen, daß der Bundesrat in seiner 283. Sitzung am 4. Juni 1965 beschlossen hat, hinsichtlich des vom Deutschen Bundestag am 20. Mai 1965 verabschiedeten

Gesetzes über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens
— Drucksachen IV/1867, IV/3356 —

zu verlangen, daß der Vermittlungsausschuß gemäß Artikel 77 Abs. 2 des Grundgesetzes aus den in der Anlage angegebenen Gründen einberufen wird.

Der Bundesrat ist der Ansicht, daß das Gesetz seiner Zustimmung bedarf.

Dr. Lemke

Vizepräsident

Bonn, den 4. Juni 1965

An den Herrn
Präsidenten des Deutschen Bundestages

Vorstehende Abschrift wird mit Bezug auf das dortige Schreiben vom 21. Mai 1965 mit der Bitte um Kenntnisnahme übersandt.

Dr. Lemke

Vizepräsident

Druck: Bonner Universitäts-Buchdruckerei, 53 Bonn
Alleinvertrieb. Dr. Hans Heger, 532 Bad Godesberg, Postfach 821, Goethestraße 54, Tel. 6 35 51

Anlage

Gründe für die Einberufung des Vermittlungsausschusses zum Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens

Zu Artikel 1

1. Zu § 1

In Absatz 1 erhält Nummer 2 folgende Fassung:

„2. andere Mittel, Verfahren und Gegenstände, soweit sich die Werbeaussage auf die Verhütung, Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden bei Mensch oder Tier bezieht."

Begründung

Durch die bisherige Fassung wird der Anwendungsbereich des Gesetzes bei anderen Mitteln als Arzneimitteln, insbesondere bei Lebensmitteln und Kosmetika, auf diejenigen beschränkt, die objektiv geeignet sind, Krankheiten usw. zu heilen. Diese Einschränkung ist gesundheitspolitisch nicht tragbar. Die gesundheitlichen Gefahren, denen durch das Gesetz vorgebeugt werden soll, treten bei diesen Mitteln in gleichem Maße wie bei den Arzneimitteln auf, wenn in der Werbung auf die Erkennung, Verhütung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten usw. abgehoben wird. Im übrigen läßt sich die objektive Eignung in vielen Fällen nicht nachweisen, so daß die vorliegende Fassung nur schwer zu handhaben und damit wenig wirksam wäre. Wenn allein die Werbeaussage und nicht mehr zusätzlich die objektive Eignung maßgeblich sein soll, so besteht im übrigen keine Veranlassung mehr, den Verhütungsbereich bei Lebensmitteln usw. auszuklammern.

2. Zu § 2

Die Worte „oder sie in Ausübung ihres Berufs anwenden" sind zu streichen.

Begründung

Wiederholung des vom Bundesrat in seiner 261. Sitzung am 25. Oktober 1963 geforderten Beschlusses. Zu den Personen, die Arzneimittel „in Ausübung ihres Berufs anwenden", gehören z. B. auch Tierhalter, die beruflich Tiere halten und bei diesen Vorbeugungsmittel oder Desinfektionsmittel anwenden. Es erscheint nicht vertretbar, die Werbung nach den §§ 8, 9 und 10, die sich nur an Fachleute richten soll, bei diesen Personen zuzulassen. Das gleiche gilt für Kosmetikerinnen und ähnliche Berufe, die Arzneimittel, andere Mittel und Verfahren, denen gesundheitliche Wirkungen zugeschrieben werden, bei Menschen anwenden.

3. Zu § 3

In Nr. 1 ist vor den Worten „praktischen Erfahrungen" das Wort einzufügen „allgemeinen".

Begründung

Wenn die Wirkungen eines Arzneimittels schon nicht wissenschaftlich nachgewiesen werden können, soll mit solchen Wirkungen nur geworben werden dürfen, wenn sie den praktischen Erfahrungen eines größeren Personenkreises entsprechen. Praktische Erfahrungen von Einzelpersonen rechtfertigen noch keine Werbebehauptungen.

4. Zu § 4

Nummer 1 erhält folgende Fassung :

„1. Gutachten oder Zeugnisse veröffentlicht oder erwähnt werden, die

a) nicht von wissenschaftlich oder fachlich hierzu berufenen Personen erstattet worden sind oder

b) nicht die Angabe des Namens, Berufes und Wohnortes des Gutachters oder Ausstellers des Zeugnisses sowie den Zeitpunkt der Ausstellung des Gutachtens oder Zeugnisses enthalten,".

Begründung

Bei dem Bußgeldtatbestand des § 14 Abs. 1 Nr. 2 wird auf die in § 4 bestimmten Zulässigkeitsvoraussetzungen abgestellt. In § 4 stehen aber nicht die Zulässigkeitsvoraussetzungen, sondern umgekehrt die Unzulässigkeitsvoraussetzungen im Vordergrund. Das mit § 14 Abs. 1 Nr. 2 Gewollte kann zwar durch Auslegung erschlossen werden, die Bezugnahme in dieser Form ist aber zumindest sprachlich verfehlt.

Hinzu kommt, daß § 4 Nr. 1 zwei selbständig nebeneinanderstehende Fälle als unzulässig herausstellen will: die Veröffentlichung oder Erwähnung von Gutachten oder Zeugnissen, die nicht von fachlich oder wissenschaftlich hierzu berufenen Personen erstattet worden sind, sowie die Veröffentlichung oder Erwähnung von Gutachten oder Zeugnissen, ohne daß zugleich Angaben über Namen, Beruf und Wohnort des Gutachters oder Ausstellers des Zeugnisses und über den Zeitpunkt der Ausstellung des Gutachtens oder Zeugnisses gemacht werden. Aus der Gesetzesfassung könnte aber entnommen werden, daß beide Fälle kumulativ nebeneinander ge-

geben sein müssen, um die Werbung als unzulässig erscheinen zu lassen.

5. Zu § 8

In Nummer 2 werden die Worte „die Schlaflosigkeit zu beseitigen." ersetzt durch die Worte „als Schlafmittel verwendet zu werden."

Begründung

In der bisherigen Fassung hat die Vorschrift fast keine praktische Bedeutung, da Hersteller oder Personen, die Schlafmittel in den Verkehr bringen und die Publikumswerbung betreiben, diese Mittel niemals dazu bestimmen, Schlaflosigkeit zu beseitigen, sondern sie als Einschlafmittel, Schlafförderungsmittel, Vorbeugungsmittel gegen Schlafstörungen usw. anbieten. Gerade in den letztgenannten Fällen ist das Werbeverbot des § 8 von besonderer Bedeutung.

6. Zu § 9

Nummer 5 Buchstabe a erhält folgende Fassung:

„a) von Veränderungen des menschlichen Körpers oder seiner Teile durch Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden,".

Begründung

Es ist vom Zweck des Gesetzes her nicht zu vertreten, die Werbung für Arzneimittel mit der bildlichen Darstellung von krankhaften Beschwerden bei Menschen zu gestatten. Auch in diesem Fall sprechen ebenso wie bei der bildlichen Darstellung von Krankheiten, Leiden oder Körperschäden dringende gesundheitspolitische Gründe dafür, diese Werbung außerhalb der Fachkreise zu unterbinden.

7. Zu § 12

§ 12 ist zu streichen.

Begründung

Das mit der Vorschrift erstrebte Ziel, das sofortige Einschreiten gegen verbotene und die Allgemeinheit gefährdende Werbemaßnahmen zu ermöglichen, ist besser gewährleistet, wenn die Behörden diese Maßnahmen auf das allgemeine Polizeirecht ihres Bundeslandes stützen können. Das allgemeine Polizeirecht gibt auch noch weitere Eingriffsmöglichkeiten, z. B. bei Gefährdung der öffentlichen Ordnung, auf die nicht verzichtet werden kann. Würde § 12 bestehen bleiben, so könnte zweifelhaft sein, ob die Vorschrift nicht die landesrechtliche allgemeine Polizeirechtsklausel einschränkt.

8. Zu § 13 und 14 Abs. 1

a) In § 13 wird das Wort „wissentlich" durch das Wort „vorsätzlich" ersetzt.

b) In § 14 Abs. 1 wird Nummer 1 gestrichen; die bisherigen Nummern 2 bis 9 werden Nummern 1 bis 8.

c) In § 14 wird nach Absatz 1 der folgende Absatz 1 a eingefügt:

„(1 a) Ordnungswidrig handelt ferner, wer fahrlässig einem Verbot der irreführenden Werbung (§ 3) zuwiderhandelt."

Begründung

Die Beschränkung der Kriminalstrafe allein auf die wissentliche Zuwiderhandlung in § 13 ist ungewöhnlich und gegenüber vergleichbaren Tatbeständen in anderen Gesetzen zu eng. Im StGB und insbesondere im Lebensmittelrecht genügt durchgehend bei Verfehlungen von mindestens vergleichbarem Gewicht wie den hier geregelten der Vorsatz; Wissentlichkeit ist nur ganz ausnahmsweise erforderlich, etwa bei der Rechtsbeugung. Es erscheint nicht angängig, die irreführende Werbung für Arzneimittel anders zu behandeln als entsprechende Verstöße im Lebensmittelrecht.

d) In § 14 Abs. 1 erhält Nummer 2 folgende Fassung:

„2. in einer nach § 4 unzulässigen Weise mit Gutachten, Zeugnisse oder Bezugnahmen auf Veröffentlichungen wirbt,".

Begründung

Vgl. Begründung zur Änderung des § 4 Nr. 1.

9. Zu § 14 Abs. 2, § 16 Abs. 2 und § 17 Abs. 2

In den §§ 14, 16 und 17 wird in Absatz 2 jeweils das Wort „zehntausend" durch „fünfzigtausend", ferner in §§ 14 Abs. 2 und 16 Abs. 2 jeweils das Wort „fünftausend" durch „fünfundzwanzigtausend" ersetzt.

Begründung

Angesichts der Gewinne, die gerade im unseriösen Arzneimittelhandel infolge von ebenfalls unseriöser massierter Werbung erzielt werden, reichen Geldbußen von 10 000 DM bzw. 5000 DM nicht aus.

Zu Artikel 3

10. In Nummer 1 werden in dem eingefügten § 38 a

a) in Absatz 1 die Worte „Schlaflosigkeit zu beseitigen" ersetzt durch die Worte „als Schlafmittel verwendet zu werden".

Begründung

Vgl. die Begründung zu der Änderung Artikel 1 § 8 Nr. 2 im Arzneimittelgesetz und in dem Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens sollte bei den korrespondierenden Vorschriften die gleiche Formulierung verwendet werden.

b) in Absatz 2 die Worte „, die nicht der Zustimmung des Bundesrates bedarf," ersetzt durch die Worte „mit Zustimmung des Bundesrates".

Begründung

Es besteht wesentliches Interesse daran, daß der Bundesrat an den Verordnungen über die Bestimmung der Stoffe und Zubereitungen beteiligt wird.